

частичные преобразования, но они нередко подаются как абсолютно новые, хотя, в конечном счете, обнаруживается их малое отличие от уже применяемых на многих производствах.

Преодоление дилетантизма в труде становится задачей не только самого работника, тех, кто ему доверяет выполнение конкретных обязанностей, но и разработчиков различных инноваций.

Мешков А.Ю.,

г. Челябинск

РЕАЛИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОСТРАНСТВЕ УНИВЕРСИТЕТА

В современном мире руководители предприятий и исследователи пришли к выводу, что роль человека в организации значительно возросла, от него зависит ее существование и развитие.

Сегодня успех организации в большей степени зависит от ее интеллектуальных и системных преимуществ, чем от материальных ресурсов. Более того способность мобилизовать потенциал сотрудников превратилась в главное качество эффективного руководителя.

Одним из новых механизмов воздействия на персонал, который объединяет и направляет его действия является корпоративная культура организации. Под корпоративной культурой можно понимать систему базовых предположений, духовных и материальных ценностей, норм поведения, возникших в процессе адаптации к внешней среде и решении проблем внутренней интеграции организации и доказавших свою эффективность [21].

В научных публикациях предпринимаются попытки описать принципы использования потенциала феномена корпоративной культуры не только в бизнес-организациях, предприятиях, но и в университетах [1-6,8-14, 16-20, 22].

Одним из аспектов изучения корпоративной культуры является анализ ее возможностей в пространстве университета.

Можно сформулировать следующие признаки и функции корпоративной культуры в университете.

В первую очередь корпоративная культура рассматривается, исследователями, как условие для экономического выживания организации и успеха. Данное обстоятельство переносится и на высшие образовательные учреждения (сферу образования): корпоративная культура может позволить обеспечить экономический успех на рынке образовательных услуг, в области научных исследований и разработок. В данном аспекте проявляется адаптационная функция культуры.

С одной стороны корпоративная культура может стать основой для проведения в системе высшего образования инноваций, реформ и изменений, с другой – необходимо помнить, что культура может стать серьезным препятствием для них. Если сотрудники университета не будут осознавать всю важность реформ, не будут готовы к ним или просто не будут с ними согласны, то будут противостоять им, то любые начинания окажутся безрезультатными. По данным исследований около 70% материальных и интеллектуальных усилий в реформировании университетов оказались безрезультатными из-за отсутствия необходимых изменений в корпоративной культуре.

В данном факте проявляется воздействие инновационной, адаптационной и охранительной функций корпоративной культуры. Инновационная функция проявляется в том, что осознается необходимость проведения реформ, целей и методы ее проведения, необходимость в приоритете новых ценностей и норм поведения. Адаптационная функция заключается в адаптации к изменениям, которые происходят в организации. Охранительная функция корпоративной культуры проявляется в противодействии персонала изменениям. Работники часто пытаются

сохранить прежние условия своего существования, ценности, нормы, образцы поведения.

Университет является частью социального института образования и выполняет в обществе определенные функции. Одними из его функций являются функции социализации и адаптации подрастающего поколения и людей, устроившихся на работу в университет.

Корпоративная культура оказывает влияние на личность, и впоследствии становится его интегральной характеристикой, основой поведения, восприятия, познания, принятия решений, отражает определенный уровень развития творческих сил и способностей индивида. Также необходимо отметить, что корпоративная культура находит себе выражение в формах и типах организации и осуществлении образовательной деятельности и внеучебной работы и др.

Наиболее сильное влияние социализационной функции корпоративной культуры проявляется в процессе подготовки специалистов и научно-педагогических кадров. Воздействие социализационной и адаптационной функции оказывается через образовательный процесс, внеучебную воспитательную работу университета, формирование студенческой субкультуры, студенческое самоуправление. Усвоенная в ходе обучения студентами корпоративная культура будет всю дальнейшую жизнь проявляться в их деятельности.

По мнению исследователей студенты проходя обучения в университете должны получить представление о феномене корпоративной культуры, его важности, частично ознакомиться в университете с корпоративной культурой той организации где им предстоит работать [9,12]. Это поможет выпускникам быстрее, эффективней взаимодействовать с работодателями и профессиональным сообществом, адаптироваться к работе на предприятии. Сокращение сроков принятия выпускником университета корпоративной культуры организации резко повышает его шансы на успех, так как чем

быстрее он становится активным членом коллектива, тем более эффективно он способствует динамичному развитию организации.

Выпускник университета должен уметь работать как в крупной, так и в не большой компании, где сформирована или только формируется корпоративная культура.

Поэтому формируя у студентов представление об основах корпоративной культуры педагоги в определенной мере способствуют становлению молодого человека. Укрепляя представления о корпоративной культуре можно вырабатывать профессиональные компетентности. Это поможет как самим выпускникам, так и организации. На сегодня организации испытывают нехватку персонала не вообще, а того кто мог бы обеспечить им успех, развитие и конкурентные преимущества.

Также, по мнению исследователей культура университета должна развить в студентах общую культуру специалиста, терпимость, способность к рефлексии, разумное восприятие критики, умение работать в коллективе, коммуникабельность, ответственность, активность, желание и умение обучаться, творчество, знание компьютерных технологий, иностранных языков, трудолюбие [9,12]. У работодателей существуют определенные пожелания к психологическим, и поведенческим качествам.

Необходимо отметить, что для университетов, несмотря на традиционно высокий уровень подготовки выпускников, проблема их трудоустройства часто не менее, а даже более сложна, чем у других вузов, сразу принявших ориентацию на запросы рынка труда. Традиции университетов, сочетающих академическую свободу и управление в виде, иерархической департаментизации, не всегда способствуют адекватному во времени формеи содержанию образования. Это обуславливает серьезные трудности адаптации выпускников на предприятиях, менеджеры которых заинтересованы в предельной минимизации адаптационной периода.

Корпоративная культура образовательного учреждения базируется на постоянной работе с обучающимися и направлена не только на актуализацию

личных и профессионально необходимых способностей, повышение квалификации, но и на гармонизацию внутрикорпоративных и внутригрупповых отношений, улучшение психологического климата. Таким образом корпоративная культура как фактор образовательной среды, может рассматриваться как условие оптимизации профессионально-личностное развитие всех участников образовательного процесса. Здесь проявляется игровая и рекреационная функция корпоративной культуры.

Одной из функций культуры является ценностная. Она формирует ценности научной и педагогической деятельности, такие качества, как компетентность, творческая устремленность, готовность к внешней и внутривузовской конкуренции (соревнованию), к работе в коллективе, гордость за свой университет. На основе этих ценностей возможно включение студентов и сотрудников в научные исследования. Таким образом достигается сплоченность сотрудников и студентов (интегрирующая функция), согласованность их поведения, наиболее соответствующего целям организации (образования и научной деятельности).

Воздействие регулирующей функции корпоративной культуры проявляется в том, что корпоративная культура без административного нажима позволяет отбирать наиболее эффективные для достижения цели внутрикорпоративные межличностные отношения, соответствующие модели поведения персонала.

Таким образом, корпоративная культура рассматривается как основа для успешного проведения реформ, социализации и адаптации студентов и сотрудников университета, их сплочения и формирования благоприятного психологического климата.

Для университета особенно важна реализация таких функций корпоративной культуры, как социализации и адаптации: через них студент, новый сотрудник приспосабливается к учебе или работе в университете, осуществляется его воспитание и формирование, подготовка к профессиональной, научной и педагогической деятельности, развиваются

личные качества, знания, навыки и умения, формируется определенная система ценностей, которая будет направлять его действия всю его жизнь.

Корпоративная культура университета является хорошей основой для осуществления воспитательной работы в университете и основой для создания студенческого самоуправления и формирования студенческой субкультуры.

Литература

1. Безгодов Д. Концептуальные основания организационной культуры // Высшее образование в России. – 2008. – № 7. – С. 125 – 130
2. Белова Л.И. К вопросу об организационной культуре университета // Вестник ЮУрГУ. Сер. Социально-гуманитарные науки. — 2006. — Вып.7. – № 17. С. 217 – 218
3. Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике // Высшее образование в России. – 2007. – № 10. – С. 62 – 65.
4. Богдан Н.Н., Парфенов И.Ю. Организационная культура вуза в условиях реформ // Университетское управление: практика и анализ. – 2009. – №. 6 – С. 23 – 30
5. Горшкова О.В., Мальцева Г.И. Роль корпоративной культуры в формировании эффективного университета // Университетское управление. – 2006. – № 2(42). – С. 40–44.
6. Давыдов В.Н. Корпоративная культура как способ социального взаимодействия и воспитания в вузе // Образование и наука. – 2008. – № 1. – С.15 – 23
7. Е.П. Третьякова, Теория организации: учебное пособие по специальности Менеджмент орг. - М.: КноРус, 2009. - 222 С.
8. Ефимов В.С., Лаптева А.В. Корпоративная культура – инструмент развития университета // Университетское управление: практика и анализ 2010. – №1.– С. 23 – 29

9. Захарова Л.Н. Организационная культура университета в контексте проблем диагностики и формирования готовности студента к работе в условиях современного предприятия // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2. – С.31 – 39.
10. Кайбияйнен А. Корпоративная культура вуза и профессиональный имидж его выпускника // Высшее образование в России. – 2007. – №9. – С. 71 – 77
11. Макаркин Н.П., Томилин О.Б., Бритов А.В. Роль организационной культуры в эффективном менеджменте учебного заведения // Университетское управление. – 2004. – № 5–6 (33). – С.152 – 162
12. Погодина А.В., Крылова А.В. Модели корпоративной культуры вузов // Психологическая наука и образование. – 2008. – №5. – С.92 – 97
13. Садырина Т.А. Роль корпоративной культуре в системе высшего образования в подготовке научных и научно-педагогических кадров // Всероссийская научно-практическая конференция «Молодежь – будущее России». Тюмень, 2009. – С. 93 – 96
14. Сергеева Т.Б., Горбатько О.И. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения педагогика. – 2006. – № 10. – С. 11 – 21
15. Спивак В.А. Организационная культура. – Издательство: Нева, 2004. – 224 с.
16. Ставропольцева Е.А. Тренинг как способ включения студентов вузов в корпоративную культуру организации // Педагогическое образование в России. – 2011. – №4. – С. 173 – 179
17. Федорова П.С. Корпоративная культура как фактор формирования образовательной среды вуза // Ярославский педагогический вестник. – 2010. – №4. – С.222 – 225
18. Фирсова С.П. Формирование корпоративной культуры в образовательном пространстве технического университета // Педагогические науки. – 2001. – № 11. – С. 44 – 48

19. Франц А.С. Корпоративная культура университета (этико - аксиологический аспект) // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2. – С.26 – 30.
20. Чижикова Е.С. О формировании корпоративной культуры студенческого сообщества/Е. С. Чижикова //Высшее образование в России. – 2009. – № 10. – С. 144 – 148
21. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: учеб. для слушателей по программа «Мастер делового администрирования» / пер. с англ. С. Жильцов; под общ. ред. Т.Ю. Ковалевой. – СПб. И др.: Питер, 2007. – 330 с.
22. Яблонскене Н.Л. Корпоративная культура современного университета // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – №2. – С. 7 – 25

Мешков А.Ю.,

г. Челябинск

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИЯХ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА

Одним из изучаемых явлений в сфере образования является корпоративная культура университета.

В настоящий момент еще не сформулировано четкое определение термина «корпоративная культура», корпоративная культура университета только стала объектом пристального изучения.

Под корпоративной культурой, по мнению Э.Х. Шейна, можно понимать систему коллективных базовых представлений, приобретенных группой при разрешении проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые доказали свою эффективность и поэтому рассматриваются как ценность и передаются новым членам группы в